

(上接 C12 版)

第二节 本次发行概况	
1、股票种类	人民币普通股(A股)
2、股票面值	人民币 1.00 元
3、发行股数	本次发行不超过 1,726.67 万股,发行完成后,本次公开发行股票数量占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行全部为新发行,原股东不公开发售股份。
4、每股发行价格	60.62 元
5、发行市盈率	22.99 倍
6、发行前每股净资产	7.27 元(按发行前经审计的净资产除以发行前总股本计算)
7、发行后每股净资产	19.76 元(按发行后净资产除以发行后总股本计算,其中发行后净资产按照发行前经审计的净资产和本次募集资金净额之和计算)
8、发行市净率	3.07 倍(按每股发行价格除以本次发行后每股净资产计算)
9、发行方式	采用网上向社会公众投资者定价发行的方式
10、发行对象	在上海证券交易所开户的境内自然人、法人投资者(国家法律、法规禁止购买的除外)或中国证监会规定的其它对象
11、本次发行股份的流通限制和锁定安排	<p>1、公司的控股股东西安多多、持股 5%以上股东西安众行承诺:(1)三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 36 个月内,不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份,也不由公司回购该部分股份。因公司进行权益分派等导致本企业直接持有公司股份发生变化的,仍应遵守上述规定。(2)公司上市后 6 个月内,如公司股票连续 20 个交易日的收盘价(若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的,则按照中国证监会、证券交易所所有有关规定进行相应调整)均低于发行价,或者上市后 6 个月内末收盘价(若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的,则按照中国证监会、证券交易所所有有关规定进行相应调整)均低于发行价,则上述期间内自动延长 6 个月。(3)本企业所持公司股份如在锁定期满两年内减持,减持价格不低于上市发行价,若上述期间内公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的,则上述价格将按照中国证监会、证券交易所所有有关规定进行相应调整。(4)上述承诺,如本人、本人作为公司实际控制人而终止。</p> <p>2、公司实际控制人钱俊冬和崔蕾承诺:(1)三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 36 个月内,不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份,也不由公司回购该部分股份。因公司进行权益分派等导致本企业直接持有公司股份发生变化的,仍应遵守上述规定。(2)公司上市后 6 个月内,如公司股票连续 20 个交易日的收盘价(若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的,则按照中国证监会、证券交易所所有有关规定进行相应调整)均低于发行价,或者上市后 6 个月内末收盘价(若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的,则按照中国证监会、证券交易所所有有关规定进行相应调整)均低于发行价,则上述期间内自动延长 6 个月。(3)本人所持公司股份如在锁定期满两年内减持,减持价格不低于上市发行价,若上述期间内公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的,则上述价格将按照中国证监会、证券交易所所有有关规定进行相应调整。(4)上述承诺,如本人、本人作为公司实际控制人而终止。</p>
12、承销方式	余额包销
13、预计募集资金总额	104,670.74 万元(未扣除发行费用)
14、预计募集资金净额	98,826.77 万元(扣除发行费用(不含税))
15、发行费用概算	5,843.97 万元。其中:承销及保荐费用 5,300.00 万元、审计费用(含验资费用)1518.87 万元、律师费用 310.38 万元,与本次发行相关的信息披露等相关费用 436.79 万元,发行手续费及其他费用 47.93 万元(以上费用以实际支出为准)。

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

中文名称:三人行传媒集团股份有限公司

英文名称:Three's Company Media Group Co., Ltd.

注册资本:5,180 万

法定代表人:钱俊冬

成立日期:2003 年 8 月 13 日

股份公司设立日期:2014 年 12 月 5 日

注册地址:陕西省西安市高新区科技二路 72 号西安软件园唐乐园 E401

邮政编码:710075

电话号码:010-57648016

传真号码:010-57648019

网址:htp://www.topsrx.com

电子信箱:investors@topsr.com

二、发行人改制重组情况

(一)设立方式

1、发行人前身设立情况

发行人前身为三人行有限,其设立时的概况如下:

1. 发行人前身设立情况

发行人前身为三人行有限,其设立时的概况如下:

公司名称	西安三人行信息通讯有限公司	设立时间	2003年8月13日
注册资本	50万元	实收资本	50万元
住所	西安市高新区高新一路创新大厦 N802 室		
经营范围	电子产品、通讯产品、计算机软硬件设备、网络的研制、生产、销售;企业信息咨询、策划服务。		
注册号	6101012114722		
法定代表人	钱俊冬		

三人行有限设立时,工商登记的股权结构如下:

股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
钱俊冬	30.00	60.00
崔蕾	20.00	40.00
合计	50.00	100.00

2、股份公司设立情况

发行人是由三人行有限整体变更设立的股份有限公司,原名西安三人行传媒网络科技有限公司,于 2016 年 11 月更名为三人行传媒集团股份有限公司。2014 年 11 月 17 日,三人行有限召开股东会,全体股东一致同意作为发起人,以 2014 年 9 月 30 日为改制基准日,以经审计的三人行有限账面净资产值 35,402,970.96 元为基础,按 1:011513456:1 的比例折合为股份 35,000,000 股(每股面值人民币 1 元),整体变更为股份公司,股份公司注册资本为 3,500 万元,净资产扣除股本后的余额 402,970.96 元计入资本公积。

2014 年 12 月 5 日,发行人在西安市工商行政管理局高新分局办理本次整体变更的工商变更登记手续并取得注册号为 610131100016579 的《营业执照》。

(二)发起人及其投入的资产内容

公司是由三人行有限整体变更而来,三人行有限整体变更为股份有限公司时的发起人股东及其持股情况如下:

序号	股东姓名或名称	出资额(万元)	持股比例(%)	出资方式
1	西安多多	1,371.30	39.18	净资产
2	西安众行	618.45	17.67	净资产
3	钱俊冬	601.65	17.19	净资产
4	北京睿享	350.00	10.00	净资产
5	崔蕾	261.10	7.46	净资产
6	合肥讯飞	157.50	4.50	净资产
7	范兴红	140.00	4.00	净资产
合计		3,500.00	100.00	-

三、发行人股本情况

(一)本次发行前后的股本情况

本次发行前,公司总股本为 5,180.00 万股。本次公开发行股票总量不超过 1,726.67 万股,占发行后总股本的 25.00%。本次发行股份均为新股,不涉及公司股东公开发售股份。本次发行前后公司股本结构如下表所示:

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例(%)	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	西安多多	1,831.61	35.36	1,831.61	26.52
2	西安众行	865.83	16.71	865.83	12.52
3	钱俊冬	842.55	16.27	842.55	12.20
4	崔蕾	334.04	6.45	334.04	4.84
5	宁波君度	224.45	4.33	224.45	3.23
6	科大讯飞	220.50	4.26	220.50	3.19
7	北京天然通	172.65	3.33	172.65	2.50
8	马勇	111.03	2.14	111.03	1.61
9	共青城银沙	103.60	2.00	103.60	1.50
10	珠海光控	103.59	2.00	103.59	1.50
11	范兴红	60.15	1.16	60.15	0.87
12	浙江新悦传媒	55.51	1.07	55.51	0.80
13	新疆润维佳	55.41	1.07	55.41	0.80
14	深圳凯升	51.80	1.00	51.80	0.75
15	共青城安丰	51.80	1.00	51.80	0.75
16	韩小舟	28.00	0.54	28.00	0.41
17	吴德海	25.90	0.50	25.90	0.37
18	燕宁	24.08	0.46	24.08	0.35
19	王道远	17.50	0.34	17.50	0.25
20	社会公众股	-	-	1,726.67	25.00
合计		5,180.00	100.00	6,906.67	100.00

(二)股份流通限制和锁定安排

关于本次发行前公司股份锁定的承诺请参见本招股说明书摘要“第一节 重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

三、前十大股东

本次发行前,公司前十名股东持股情况如下:

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	西安多多	1,831.61	35.36
2	西安众行	865.83	16.71
3	钱俊冬	842.55	16.27
4	崔蕾	334.04	6.45
5	宁波君度	224.45	4.33
6	科大讯飞	220.50	4.26
7	北京天然通	172.65	3.33
8	马勇	111.03	2.14
9	共青城银沙	103.60	2.00
10	珠海光控	103.59	2.00
合计		4,809.86	92.86%

(四)前十名自然人股东

本次发行前,公司共有 8 名自然人股东,其持股情况如下:

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	钱俊冬	842.55	16.27
2	崔蕾	334.04	6.45
3	马勇	111.03	2.14
4	范兴红	60.14	1.16
5	韩小舟	28.00	0.54
6	吴德海	25.90	0.50
7	燕宁	24.08	0.46
8	王道远	17.50	0.34
合计		1,443.24	27.86

(五)发行人的发起人、控股股东和主要股东之间的关联关系

截至本招股说明书摘要签署之日,发行人股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例如下:

序号	股东名称	持股比例	关联关系
1	钱俊冬	16.27%	钱俊冬与崔蕾系夫妻关系,为公司的共同实际控制人
2	崔蕾	6.45%	钱俊冬持有西安多多 70%的股权,崔蕾持有西安多多 30%的股权
3	钱俊冬	16.27%	钱俊冬系西安众行的普通合伙人,持有西安众行 1%的出资份额;崔蕾系西安众行的有限合伙人,持有西安众行 30.87%的出资份额
4	科大讯飞	4.26%	吴德海系科大讯飞的党委书记、工会主席兼行政总监
4	吴德海	0.50%	

四、发行人主营业务情况

(一)发行人主营业务基本情况

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业,主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。

公司在洞察客户品牌的市场地位、发掘客户产品或服务的营销亮点的基础上,结合自身在数字营销、场景活动和校园媒体营销等业务领域的布局,为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务。满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求。

目前,随着广告受众关注的信息热点频繁转换,营销信息的传播方式不断变化以及媒介内容及载体的形式日益复杂,营销信息实现全流程的传播难度越来越大,广告主对整合营销服务的需求越来越迫切。公司通过全流程的整合营销服务,协同整合了媒体与场景、线上与线下等营销信息传播渠道,可以多场景、广覆盖、高效率地传播客户营销信息,协助客户实现吸引营销受众注意并促成购买行为,进而维持消费忠诚度营销目标。

公司秉承“致力于成为国内领先的整合营销传播专家”的使命,凭借专业的整合营销服务能力,业务已覆盖全国大部分区域,在广告行业建立了较高的品牌知名度及市场地位,得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可,持续为其提供整合营销服务。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户,中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户,京东、滴滴等互联网领域客户,伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。

公司系中国 4A 协会会员单位和中国广告协会互联网广告委员会常务委员单位,获得“中国广告协会”数字营销类一级广告企业”认证。近年来,公司获得多项广告行业奖项,包括长城奖“互动创意奖”、长城奖“媒介营销奖”、金网奖“互联网传播奖”、金网奖“场景营销奖”、金网奖“移动营销奖”、金网奖“体育营销奖”、金网奖“电商 O2O 奖”、金鼠标“创意传播奖”、金鼠标“社会化营销奖”、虎啸奖“营销创意奖”等,现代广告奖“AI 营销类金奖”、现代广告奖“整合营销类-营销效果类金奖”,现代广告奖“整合营销类-内容营销类金奖”、金印奖“创意奖”、金印奖“营销奖”。

(二)主要服务

发行人主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。报告期内,公司主营业务分类情况如下表所示:

服务类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占(%)	金额	占(%)	金额	占(%)
数字营销服务	140,271.45	85.98	88,663.99	80.64	55,188.04	72.92
其中:广告投放代理	136,241.88	83.51	84,459.60	76.82	54,106.89	71.49
广告方案策划与执行	4,029.57	2.47	4,204.39	3.82	1,081.15	1.43
场景活动服务	14,111.15	8.65	15,775.10	14.35	10,389.41	13.73
校园媒体营销服务	2,073.35	1.27	3,414.55	3.11	4,461.07	5.89
其他主营业务	6,686.66	4.10	2,097.97	1.91	5,647.56	7.46
合计	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00	75,686.08	100.00

(三)销售模式

公司主要采用直接销售的销售模式,并以招投标为主、商务洽谈为辅的方式获取业务机会。

公司具备专业的整合营销服务能力,以及线上线下广泛覆盖的媒体资源网络。在业务开拓过程中,公司能够深入发掘客户在数字营销、场景活动、校园媒体营销等领域中的不同营销需求,并通过部门间协作获取客户多种类型的营销业务机会,为客户提供整合营销服务,提升客户服务满意度与黏性。例如,公司为中国电信、为客户提供了数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务,为中国工商银行同时提供了数字营销服务和场景活动服务,为伊利集团同时提供了数字营销服务和校园媒体营销服务,能够满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品推广的营销需求。

(1)主要客户类型

公司的客户类型以直接客户为主。报告期内,直接客户占公司主营业务收入的比例分别为 98.09%、96.17%及 98.12%,是公司收入的主要来源;公司在服务直接客户的同时,也会根据业务开拓情况向广告公司客户提供服务,以获得更多的业务机会。报告期内,公司主营业务收入按客户类别构成情况如下表所示:

单位:万元

客户类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直接客户	160,077.54	98.12%	105,738.39	96.17%	74,229.02	98.07%
广告公司客户	3,065.07	1.88%	4,212.73	3.83%	1,457.06	1.93%
合计	163,142.61	100.00%	109,951.12	100.00%	75,686.08	100.00%

(2)获得业务机会的方式

报告期内,发行人采用招投标为主、商务洽谈为辅的方式获取业务机会。其中,数字营销服务主要通过招投标方式获取业务机会,场景活动服务通过招投标及商务洽谈相结合的方式获取业务机会,校园媒体营销服务主要通过商务洽谈方式获取业务机会。

对于招投标方式,招标信息的来源主要为客户在互联网上公开发布的招标信息及客户的招标邀请。目前,公司已成立了负责收集各网站招标招标信息的业务部门,及时发掘新的业务机会。公司在获得招标信息后,需要综合评价客户的广告内容与形式、所属行业、市场声誉、广告投放规模需求等关键信息,以选择符合公司客户标准的潜在客户。随后,公司组织竞标团队制作项目方案。竞标成功后,客户与公司签署期限一般为 1—2 年的年度合作协议或者单项合同。协议期满后,公司一般会再次通过招投标的方式获取客户的业务机会。

(3)销售合同的签订模式

1)数字营销服务

公司数字营销服务主要的销售合同签订模式如下:

①年度合作协议

公司与主要客户一般通过签署年度合作协议的方式确立合作关系。年度合作协议的主要内容通常包括合作期限、广告投放要求、定价机制、付款期限、付款方式、违约责任、争议解决等原则性条款,明确双方的合作关系及基本权利义务。

②项目协议

与公司签订年度合作协议后,部分客户在具体执行项目时,会与公司签署项目协议,约定具体项目的广告信息投放网站、合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。签署项目协议时,通常以附件的形式列出广告排期表。

③排期表

与公司签订年度合作协议后,部分客户在具体执行项目时,会直接与公司协商确定具体的广告发布活动排期表,详细列明拟投放的媒体名称、广告位置、广告形式、广告规格、刊例单价、折扣率、投放日期及进度安排等具体信息,约定广告投放的具体安排。

④单项合同

少量客户系通过与公司直接签订单项合同的方式建立业务关系。单项合同的内容一般包括服务内容、服务价格、合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。

2)场景活动服务

场景活动与客户就具体的场景活动服务项目签署框架协议或单项服务协议。协议的内容一般包括方案策划、活动内容、地点、形式、场次及规模、活动管理、物料采购和结束等事宜,以及合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。

3)校园媒体营销服务

公司通常与客户就具体的校园媒体营销服务项目签署单项服务协议。协议的内容主要包括广告发布内容、广告位置、广告发布监督、广告期限等事宜,以及合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。

(四)主要采购

报告期内,公司采购内容主要为上游媒体资源,公司向五大供应商采购情况如下表所示:

期间	序号	供应商名称	采购金额(万元)	占采购金额比例
2019年度	1	字节跳动	25,519.55	20.08%
	2	新浪	24,483.82	19.26%
	3	网易	8,010.09	6.30%
	4	爱奇艺	6,580.86	5.18%
	5	搜狐	6,490.44	5.11%
2018年度	1	字节跳动	12,597.39	15.37%
	2	新浪	12,585.11	15.35%
	3	网易	5,701.81	6.96%
	4	腾讯	4,760.74	5.81%
	5	爱奇艺	4,564.66	5.57%
2017年度	1	字节跳动	4,209.71	49.05%
	2	土豆文化	4,244.26	7.75%
	3	乐视网	3,488.44	6.37%
	4	腾讯	3,306.20	6.04%
	5	爱奇艺	3,110.15	5.68%
2016年度	1	字节跳动	2,553.78	4.66%
	2	爱奇艺	16,702.83	30.51%

注:上述供应商按同一控制下的口径统计。

(五)行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

1、行业竞争格局及市场化程度

我国广告行业的参与企业数量众多但规模普遍较小。小规模广告公司经营环境较为艰难,而具有较强资金储备、人才储备、客户储备以及媒体资源储备的大中型广告公司,能够通过资金、人才及规模等优势在行业竞争中获得持续发展,并保持一定的利润水平。目前,广告公司按竞争能力、业务范围等可以分为四类,具体情况如下:

(1)国际 4A 广告公司。该类广告公司普遍拥有雄厚的资金实力,业务遍布全球主要地区,拥有众多大型客户尤其是大型跨国企业客户。国际 4A 广告公司拥有较强的国际视野,广告执业方式较为稳定,但对中国本土文化、人文习惯、消费特征的理解有待加深,一定程度上制约了其本土化营销方案的策划与执行。

(2)国内 4A 广告公司。该类广告公司在经营发展过程中逐渐形成了更加符合本土特色的经营模式,面对快速转换的媒体形式及热点营销话题,反应更迅速、传播策略更灵活,适应能力更强。另一方面,该类广告公司深耕于本土广告市场,更能深刻理解本土营销受众心理及营销环境,又通过不断吸纳拥有国际 4A 背景的专业人才,提升了整合营销服务水平,受到了越来越多的国内客户重视与选择,行业综合竞争力不断增强。

(3)差异化竞争广告公司。该类广告公司通常致力于深耕广告行业链条的某些细分领域,如创意策划、媒体资源供给等,也能够在这些细分业务领域取得一定的经营业绩。但受限于业务范围,这类广告公司通常面临业务规模或盈利能力的瓶颈,较难形成全面的综合竞争优势。

(4)区域性广告代理公司。该类广告公司主要面向某一区域内的广告代理业务,数量众多、竞争激烈,规模不大且盈利能力普遍不强。

2、发行人在行业中的竞争地位

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业,中国 4A 协会会员、中国广告协会互联网广告委员会常务委员单位,获得了中国广告协会“数字营销类一级广告企业”认证,在广告行业拥有较高的品牌知名度及市场地位。

公司凭借专业的整合营销服务能力,在数字营销、场景活动和校园媒体营销等业务领域,为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务,能够满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求,得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户,中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户,京东、滴滴等互联网领域客户,伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。

近年来,公司获得多项广告行业奖项,包括长城奖“互动创意奖”、长城奖“媒介营销奖”、金网奖“互联网传播奖”、金网奖“场景营销奖”、金网奖“移动营销奖”、金网奖“体育营销奖”、金网奖“电商 O2O 奖”、金鼠标“创意传播奖”、金鼠标“社会化营销奖”、虎啸奖“营销创意奖”、现代广告奖“AI 营销类金奖”、现代广告奖“整合营销类-营销效果类金奖”,现代广告奖“整合营销类-内容营销类金奖”、金印奖“创意奖”、金印奖“营销奖”。

五、发行人业务及生产经营有关的资产权属情况

(一)固定资产

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业,固定资产主要为开展整合营销服务所必需的电子设备、运输设备及办公设备等。截至 2019 年 12 月 31 日,公司拥有的固定资产情况如下所示:

固定资产类别	原值(万元)	净值(万元)	成新率
运输设备	158.22	130.55	88.20%
电子设备	406.43	155.41	38.24%
办公设备	13.66	0.72	5.25%
合计	578.31	295.68	51.13%

(二)无形资产

无形资产类别	原值(万元)	净值(万元)
软件	383.31	87.14
合计	383.31	87.14

2、软件著作权

截至 2019 年 12 月 31 日,公司及子公司共拥有 80 项软件著作权,具体情况如下:

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利范围
1	三人行桌面资源管理系统 V1.0	软著登字第 1342281	2016RS163664	三人行	2016/01/20	2016/07/01	原始取得	全部权利